Representaciones de los clientes / público objetivo

Conocer a fondo a los clientes usando representaciones de los público objetivo.

El término inglés "buyer persona" se refiere a las representaciones semificticias de los clientes objetivo. Estos clientes se basan en las investigaciones de mercado y los datos reales sobre las personas que son tu objetivo. Lo ideal es tener dos o tres representaciones de clientes ideales. Mientras más detallada sea la representación del cliente, mejor. Usá el marco en blanco de la página siguiente para llenarlo con tus propias representaciones del cliente/público objetivo.

Demografía

(Género, edad, estado civil, empleador)

Roles de compra

(Encargados de la toma de decisiones.)

Metas y responsabilidades

Frustraciones

Necesidades

Recorrido del comprador

(Conciencia, consideración, compra, defensa)

Canales

(Redes sociales, otras actividades digitales, actividades no digitales)

Fuentes de información

(Contenidos que podrían influir en las decisiones de compra)

Objeciones